

# Ruang Lingkup Komunikasi

Drs. Sutaryo, M.Si.



## PENDAHULUAN

---

Saudara, mungkin ada di antara Anda yang belum paham benar tentang pengertian dan arti pentingnya komunikasi dalam hidup bermasyarakat meskipun sesungguhnya Anda telah melakukannya setiap hari. Sejak bayi, manusia menjadi *homo sociologicus* (makhluk sosiologis) atau barangkali Anda lebih sering mendengarnya sebagai makhluk sosial, yaitu manusia yang hidup bersama dengan orang-orang lainnya di dalam masyarakat. Sebenarnya dia telah melakukan komunikasi dengan sesamanya untuk memenuhi kepentingan-kepentingan dirinya maupun bagi kepentingan orang lain.

Mengapa anak manusia baru layak disebut sebagai manusia setelah menjadi *homo sociologicus*? Yaa! Dalam pandangan sosiologi, bayi manusia yang baru lahir di dunia ini baru tepat dinyatakan sebagai makhluk organik/organisme biologis. Baru ketika ia telah mengalami interaksi, sosialisasi dengan lingkungannya (biasanya pada tahap awal adalah ayah, ibu dan saudara-saudaranya) maka dia layak disebut sebagai *homo sociologicus*. Makhluk muda itu mulai mengerti siapa dirinya, siapa orang yang dihadapinya, apa saja peran mereka, dan apa pula peran dirinya dalam interaksinya dengan pihak lain tersebut. Kemudian, nantinya manusia muda yang makin berkembang itu justru tidak akan pernah dapat menghindarkan diri dari yang namanya komunikasi. Keadaan ini akan lebih berkembang lagi setelah yang bersangkutan memperlebar jaringan komunikasinya dengan anggota masyarakat dalam berbagai kegiatan, tujuan dan kepentingannya serta konsekuensinya sebagai anggota masyarakat. Oleh karena itu benar sekali jika dikatakan bahwa setiap orang yang hidup di dalam masyarakat, sejak bangun tidur sampai tidur kembali senantiasa terlibat dalam komunikasi.

Komunikasi memang merupakan mekanisme yang menyebabkan adanya hubungan antarmanusia di dalam masyarakat, dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung makna, dan dapat dilakukan dengan

menembus ruang dan menyimpannya dalam dimensi waktu. Bukan sekedar itu, secara sosiologi, komunikasi itu merupakan proses mentransmisikan (mewariskan) fakta-fakta, keyakinan-keyakinan, sikap-sikap, reaksi-reaksi emosional, seperti perasaan gembira, marah, sedih, kagum, haru dan sejenisnya ataupun berbagai kesadaran umat manusia, dari generasi yang sama maupun generasi yang berbeda. Jadi, jelas bahwa komunikasi bagi sosiologi bukan sekedar berisi informasi, melainkan meliputi juga ungkapan-ungkapan pikiran dan perasaan yang pada umumnya dialami umat manusia di dalam masyarakat.

Komunikasi antarmanusia di dalam masyarakat mempunyai proses yang jelas, baik itu proses secara primer maupun proses secara sekunder. Proses komunikasi secara primer tidak lain adalah proses komunikasi yang dilaksanakan secara langsung, tatap muka antara komunikator dengan komunikan, sedangkan komunikasi secara sekunder adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan dengan menggunakan media kedua setelah media bahasa.

Sekalipun terdapat berbagai macam simbol sebagai media komunikasi, tetapi hanya bahaslah yang merupakan simbol yang paling memadai dalam proses komunikasi. Bahasa memang merupakan instrumen yang dipergunakan bersama dalam kehidupan masyarakat karena bahasa merupakan representasi dari pernyataan pikiran dan perasaan, untuk mewujudkan perbuatan guna menunjukkan simbol-simbol yang telah disepakati bersama di dalam masyarakat yang bersangkutan.

Secara umum setelah mempelajari modul 1 ini, Anda diharapkan dapat menjelaskan ruang lingkup komunikasi dan komunikasi sosial, sedangkan secara khusus, Anda diharapkan dapat menjelaskan:

1. pengertian komunikasi;
2. lingkungan komunikasi;
3. proses komunikasi;
4. pengertian komunikasi sosial;
5. unsur-unsur komunikasi sosial;
6. jenis-jenis komunikasi sosial;
7. fungsi komunikasi sosial;
8. komunikasi organik;
9. efektivitas dan kesulitan komunikasi;

**Selamat Belajar dan Semoga Sukses !**

## KEGIATAN BELAJAR 1

## Pengertian Komunikasi

## A. DEFINISI KOMUNIKASI

Mungkin saja, Anda pernah membaca sejumlah buku komunikasi, dan dari buku tersebut Anda dapat sejumlah definisi tentang komunikasi. Anda masih belum paham juga atau bahkan menjadi semakin bingung. Jika Anda terbelenggu dengan yang namanya definisi, memang sangat mungkin Anda mengalami kebingungan. Akan lain halnya apabila yang Anda inginkan itu adalah pengertiannya.

Sekalipun demikian, cobalah Anda perhatikan terlebih dahulu apa komentar Dan Nimmo perihal definisi komunikasi berikut ini.

"Bahkan pada musim inflasi, definisi komunikasi seakan-akan diobral, tergantung pada titik pandangnya".

Berkaitan dengan ucapannya itu maka Dan Nimmo memberi contoh beberapa definisi komunikasi yang dikemukakan oleh berbagai tokoh. Bagi J.L. Aranguren, dalam bukunya yang berjudul *Human Communication*, komunikasi adalah pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan. Sementara itu, Melvin L. De Fleur mendefinisikan komunikasi sebagai pengkoordinasian makna antara seseorang dan khalayak. Berbeda lagi dengan Wilbur Schramm, yang mendefinisikan komunikasi sebagai saling berbagi informasi, gagasan atau sikap. Colin Cherry, dalam mendefinisikan komunikasi lebih menonjolkan pada kegiatan saling berbagi unsur-unsur perilaku atau modus kehidupan, melalui perangkat-perangkat aturan. Sementara itu John C. Merrill menyebutkan bahwa komunikasi tidak lain adalah suatu penyesuaian pikiran, penciptaan perangkat simbol bersama di dalam pikiran para peserta atau singkatnya adalah suatu pengertian. Don Fabun, dalam bukunya yang berjudul *The transfer of Meaning*, mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu peristiwa yang dialami secara internal, yang murni personal, yang dibagi dengan orang lain, sedangkan George A. Theodorson dan Achilles G. Theodorson dalam *A Modern Dictionary of Sociology*, mengatakan bahwa komunikasi adalah pengalihan informasi dari

satu orang atau kelompok kepada yang lain, terutama dengan menggunakan simbol.

Yang lebih repot lagi, ada pula yang mendefinisikan komunikasi dengan menggunakan kata Bukan. Seperti yang dikemukakan oleh William Stephenson dalam bukunya yang berjudul *The Play Theory of Mass Communication*, ia mengatakan bahwa komunikasi bukan sekadar penerusan informasi dari satu sumber kepada publik, ia (komunikasi tersebut) lebih mudah dipahami sebagai penciptaan kembali gagasan-gagasan informasi oleh publik jika diberikan petunjuk dengan simbol, slogan atau tema pokok (Nimmo, 1993: 6).

Nah, apakah Anda menjadi bingung dengan berbagai definisi komunikasi tersebut? Tak usah bingung! Mudah-mudahan uraian berikut ini akan menolong Anda dari rasa kebingungan tersebut. Mari kita mulai secara bertahap.

Wilbur Schramm dalam uraiannya mengenai *how communication works* mengatakan, seperti berikut ini.

Komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *communio* atau *common*. Bilamana kita mengadakan komunikasi itu berarti kita mencoba membagikan informasi.... agar si penerima maupun si pengirim sepaham atas suatu pesan tertentu.

*Communication comes from Latin Communio = common. when we communicate we are trying to share information.... the receiver and the sender tuned together for a particular message.*

Jadi, esensi komunikasi itu ialah menemukan dan memadukan si penerima dan si pengirim atas isi pesan yang khusus (Siahaan S.M, 1991: 3).

Sementara itu, Colin Cherry, dalam bukunya *On Human Communication* (1957) pada dasarnya menyebutkan bahwa, komunikasi adalah suatu proses, di mana pihak-pihak peserta saling menggunakan informasi, dengan tujuan untuk mencapai pengertian bersama yang lebih baik mengenai masalah yang penting bagi semua pihak yang bersangkutan. Proses ini dan kaitan hubungan yang ada di antara para peserta dalam proses, kita sebut komunikasi. (Kincaid D Lawrence & Schram, Wilbur, 1977: 49).

Seorang sosiolog bernama Charles Horton Cooley berpendapat bahwa, komunikasi itu merupakan mekanisme yang menyebabkan adanya hubungan antar manusia, dan yang memungkinkannya berkembang, serta lambang-lambang pikiran bersama-sama dengan alat-alat untuk meneruskannya dalam

ruang dan menyimpannya dalam dimensi waktu (Kincaid D. Lawrence & Schram, Wilbur, 1977: 50).

Hampir senada dengan pandangan Charles Horton Cooley adalah pandangan Sosiolog terkenal bernama Joseph S. Roucek and Roland L. Warren dalam *text book* yang mereka tulis, yaitu *Sociology An Introduction*, seperti berikut ini.

*Communication is the process of transmitting facts, beliefs, attitudes, emotional reactions, or any other content of awareness between human beings (Roucek & Warren, 1963: 279).*

Jika kita cermati apa yang dikatakan oleh Roucek dan Warren tersebut maka ternyata pengertian komunikasi cukup luas cakupannya. Marilah kita coba untuk memerincinya. **Komunikasi itu merupakan proses. Proses apa?** proses men-*transmit*, proses memindahkan. **Memindahkan apa?** yang dipindahkan adalah fakta-fakta/kenyataan-kenyataan, keyakinan-keyakinan, sikap-sikap, reaksi-reaksi emosional (misalnya marah, sedih, gembira atau mungkin kekaguman, dan sebagainya) atau dapat juga yang mengandung kesadaran-kesadaran manusia. Proses pemindahan hal-hal tadi berlangsung antara manusia satu dengan lainnya.

Jadi jelas, bagi sosiolog, komunikasi itu tidak sekadar berisi informasi, melainkan meliputi juga ungkapan-ungkapan perasaan yang pada umumnya dialami umat manusia.

Untuk menambah pemahaman Anda tentang definisi komunikasi, ada baiknya Anda pahami pula pendapat ahli lainnya sebagai terurai di bawah ini. William Albigh misalnya, dalam bukunya yang berjudul *Public Opinion* sebagaimana dikutip oleh Siahaan, S.M. (1991: 3) menyebutkan sebagai berikut.

*Communication is the process of transmitting meaningful symbols between individuals.* (Komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang penuh arti antarindividu).

Sementara itu, apa yang dikemukakan oleh Carl I. Hoveland dalam bukunya *Social Communication* menegaskan bahwa komunikasi adalah proses bilamana seorang individu (komunikator) mengoper *stimulants* (biasanya lambang kata-kata) untuk mengubah tingkah laku individu lainnya (komunikan).

*Communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals communicant (Siahaan, S.M., 1991: 3).*

Dale S. Beach, sebagaimana dikutip oleh Moekijat menegaskan sebagai berikut.

*Communication is the transfer of information and understanding from person to person (Moekijat; 1993: 2).*

(Komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada yang lain).

Barangkali Marvin E. Mundel, P.E. dapat lebih melengkapi pemahaman Anda, dengan pernyataannya, seperti berikut.

*Communication is the transmission of thoughts, opinions, information, or attitudes by speech, writing, or signs (Moekijat 1993: 5),*

(Komunikasi adalah penyampaian pikiran, pendapat, informasi atau sikap, dengan berbicara, menulis ataupun dengan isyarat).

Meskipun pada uraian sebelumnya terdahulu, Dan Nimmo menyebutkan bahwa definisi komunikasi itu sangat banyak, dan sangat tergantung pada sudut pandang masing-masing tokoh sehingga yang terjadi kemudian adalah adanya titik penekanan yang berbeda-beda, Nimmo berusaha untuk merumuskan makna komunikasi atas dasar komponen-komponen pokoknya. Nimmo sendiri mengatakan bahwa di antara definisi-definisi yang dikutip di atas itu memang terdapat juga kesamaan-kesamaan, misalnya saja penekanan pada pembagian sesuatu di antara orang-orang, seperti informasi, gagasan, perilaku, pengertian, pengalaman internal, dan sebagainya. Akan tetapi, terdapat pula hal lainnya yang pada umumnya menjadi sifat komunikasi dalam definisi-definisi tersebut yang tidak begitu jelas. Oleh karena itu, Nimmo merumuskan makna komunikasi sebagai berikut.

Komunikasi adalah proses interaksi sosial yang digunakan orang untuk menyusun makna yang merupakan citra mereka mengenai dunia (yang berdasarkan itu mereka bertindak) dan untuk bertukar citra itu melalui simbol-simbol (Nimmo, 1993: 6).

Meskipun sudah cukup banyak definisi-definisi komunikasi yang telah Anda baca sebagaimana tertera pada uraian sebelumnya, namun saya memandang penting untuk mengemukakan pendapat Joseph DeVito yang

bukunya telah diterjemahkan ke dalam 12 bahasa itu. Mengapa? Yaa! karena di samping sederhana juga menunjukkan sifat universal dari komunikasi dan mengandung elemen-elemen yang ada dalam setiap tindak komunikasi, terlepas dari apakah itu bersifat intra pribadi, antarpribadi, kelompok kecil, pidato terbuka atau komunikasi massa. Menurut DeVito adalah berikut ini.

Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. (DeVito, 1997: 23).

## **B. LINGKUNGAN KOMUNIKASI**

DeVito menegaskan bahwa lingkungan (konteks) komunikasi setidaknya tidaknya memiliki 3 dimensi, yaitu dimensi fisik, dimensi sosial-psikologis, dan dimensi temporal. Berikut ini merupakan penjabaran dari apa yang dimaksudkan DeVito tersebut.

### **1. Dimensi Fisik**

Menurut DeVito, ruang atau bangsal atau taman di mana komunikasi itu berlangsung disebut konteks atau lingkungan fisik. Yang dimaksud dengan konteks atau lingkungan fisik dalam hal ini adalah lingkungan nyata atau berwujud (*tangible*). Lingkungan fisik ini, apapun bentuknya, mempunyai pengaruh tertentu atas kandungan pesan kita (apa yang kita sampaikan) selain juga bentuk pesan (bagaimana kita menyampaikannya).

### **2. Dimensi Sosial-Psikologis**

Dimensi sosial-psikologis ini, misalnya meliputi tata hubungan status di antara mereka yang terlibat, peran dan permainan yang dijalankan orang, serta aturan budaya: masyarakat di mana mereka berkomunikasi. Lingkungan atau konteks ini juga mencakup rasa persahabatan atau permusuhan, formalitas atau informalitas, serius atau senda-gurau. Komunikasi yang dibolehkan pada suatu pesta wisuda mungkin tidak dibolehkan di rumah sakit. Tentu saja Anda paham dengan apa yang dimaksud oleh Vito. Komunikasi yang terjalin di antara hadirin pada pesta wisuda tentunya semuanya dalam suasana gembira. Sementara itu suasana di rumah sakit kebanyakan bernuansa sedih, iba, dan harus pandai-pandai menyesuaikan diri dengan suasana lingkungan.



Sumber : [www.pantirapih.or.id/.../20050818132606.jpg](http://www.pantirapih.or.id/.../20050818132606.jpg)

Gambar 1.1.  
Suasana di Rumah Sakit



Pada Selasa, 5 Desember 2006, Universitas Terbuka (UT) menyelenggarakan Wisuda Periode IV Tahun 2006, dengan meluluskan 15 orang Program Pascasarjana dan 5.203 orang lulusan Program Sarjana Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD) dan 12.050 orang lulusan Program Diploma pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP).

Rangkaian kegiatan Wisuda Periode IV Tahun 2006 ini, diawali dengan kegiatan penanaman pohon langka dan seminar yang dilaksanakan pada Senin, 4 Desember 2006, dengan tema seminar "Peran Pendidikan Jarak Jauh dalam Pemberdayaan Perempuan bagi Pembangunan Nasional".

Sumber : [www.ut.ac.id](http://www.ut.ac.id)

Gambar 1.2.  
Wisuda Universitas Terbuka Periode 4 Tahun 2006  
Pondok Cabe, 5 Desember 2006



### 3. Dimensi Temporal atau Waktu

Dimensi ini mencakup waktu dalam sehari maupun waktu dalam hitungan sejarah di mana komunikasi tersebut berlangsung. Bagi sejumlah orang, pagi hari bukanlah waktu yang tepat untuk berkomunikasi. Sementara bagi orang lain, pagi hari justru merupakan waktu yang ideal untuk berkomunikasi. Anda tentu bisa membandingkan antara orang yang sibuk dengan pekerjaannya pada pagi hari dengan orang-orang yang suka begadang pada malam hari, yang di pagi harinya masih merasa loyo serta ingin bermalas-malas.

DeVito juga mengatakan bahwa waktu dalam sejarah tidak kurang pentingnya karena kelayakan dan dampak dari suatu pesan bergantung, pada waktu atau saat dikomunikasikan. Bayangkanlah, misalnya bagaimana pesan-pesan mengenai sikap dan nilai rasial, seksual atau keagamaan disampaikan dan ditanggapi dalam berbagai waktu sepanjang sejarah. Yang lebih penting lagi adalah bagaimana suatu pesan tertentu disesuaikan dengan rangkaian temporal peristiwa komunikasi. Sebagai contoh, ingat-ingatlah berbagai makna pujian sederhana yang Anda sampaikan kepada seorang kawan. Apakah itu Anda sampaikan segera setelah kawan itu memuji Anda atau segera setelah Anda minta tolong kepadanya atau selama perdebatan yang terjadi dengan rekan-rekan Anda.

Lebih lanjut DeVito mengatakan bahwa, ketiga dimensi lingkungan ini saling berinteraksi dan saling mempengaruhi satu sama lain. Sebagai contoh, terlambat memenuhi janji kencan (lingkungan atau konteks temporal) dapat mengakibatkan berubahnya suasana persahabatan-permusuhan (lingkungan sosial-psikologis), yang kemudian dapat menyebabkan perubahan kedekatan fisik dan pemilihan rumah makan untuk makan malam (lingkungan fisik). Perubahan-perubahan ini dapat menimbulkan banyak perubahan lain. Memang, proses komunikasi itu tidak pernah statis (DeVito, 1997: 24-26).

Demikianlah secara singkat telah diuraikan pengertian dari komunikasi dan faktor-faktor yang ikut berpengaruh terhadap pelaksanaan atau terjadinya komunikasi. Sudah barang tentu dengan mempelajari uraian tersebut Anda diharapkan dapat menangkap nuansa yang tersirat dari uraian dan contoh yang telah disajikan.

## C. PROSES KOMUNIKASI

Ada bermacam-macam proses yang terjadi di dalam komunikasi, akan tetapi yang akan dibicarakan pada kesempatan ini adalah proses komunikasi secara primer (*primary process*), dan proses komunikasi secara sekunder (*secondary process*). Sudah barang tentu, sebelum kita memasuki pembahasan tentang proses komunikasi baik secara primer maupun proses komunikasi secara sekunder, perlu kiranya saya mengantarkan Anda untuk terlebih dahulu memahami pengertian tentang proses itu sendiri.

**Proses tidak lain adalah suatu kegiatan atau aktivitas secara terus-menerus dalam kurun waktu tertentu.** Kalau Anda sedang makan siang misalnya, itu proses. Kenapa? Ya, dikarenakan Anda melakukan aktivitas, sejak mulai mengambil nasi, mengambil sayur dan lauk-pauk, dan kemudian Anda menyantapnya dengan nikmat sampai habis. Anda kerjakan aktivitas tersebut dari waktu tertentu sampai pada waktu tertentu pula, tentu saja, yang namanya proses itu bisa memakan waktu yang relatif pendek, akan tetapi dapat pula memakan waktu yang sangat panjang, tergantung dari konteksnya. Status dan peran Anda sebagai mahasiswa, melakukan berbagai kegiatan akademik sejak tingkat pertama sampai dengan akhir masa studi Anda, dan meraih keserjanaan adalah juga suatu proses.

Menurut Kincaid dan Schramm dalam bukunya yang berjudul *Asas-Asas Komunikasi Antarmanusia* yang juga diacu oleh Liliweri, menyebutkan bahwa proses adalah suatu perubahan atau rangkaian tindakan serta peristiwa selama beberapa waktu dan yang menuju suatu hasil tertentu. Dengan begitu, setiap langkah yang mulai dan saat menciptakan informasi sampai saat informasi itu dipahami, merupakan proses-proses di dalam rangka proses komunikasi yang lebih umum (Liliweri, 1997: 142).

Setelah tadi saya menjelaskan tentang makna dari proses, sekarang kita mulai masuk dalam penjelasan tentang proses komunikasi baik secara primer maupun sekunder.

### 1. Proses secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, langsung antara seseorang kepada yang lain guna menyampaikan pikiran maupun perasaannya. Alo Liliweri menyebutkan bahwa, proses komunikasi primer, berlaku tanpa alat, yaitu secara langsung dengan menggunakan bahasa, gerakan yang diberi arti khusus, aba-aba dan

sebagainya (Liliweri, 1997: 60). Sementara itu, Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu komunikasi, Teori dan Praktik menyebutkan bahwa proses komunikasi secara primer **adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media** (Effendy, 1994: 11).

Mungkin Anda sudah pernah mendengar bahwa lambang atau simbol yang dapat digunakan sebagai media proses komunikasi secara primer antara seseorang dengan yang lainnya itu ada banyak dan bermacam-macam. Misalnya, saja bahasa, tanda-tanda berwujud gambar, suara atau bunyi, gerak-gerak tubuh, warna, bahkan bau, dan masih banyak lagi yang lainnya. Meskipun banyak simbol-simbol yang dapat digunakan dalam proses komunikasi primer ini, ada satu hal yang sangat penting untuk Anda ketahui dan pahami benar bahwa bahasa merupakan simbol yang paling memadai di antara simbol-simbol lainnya dalam menjembatani komunikasi antarmanusia. Mengapa bahasa? Menurut Wibisono I Wibowo yang merujuk tulisan/artikel yang dibuat oleh Susanne K. Langer tentang "simbol" mengatakan, seperti berikut.

Bahwa gejala bahasa haruslah diakui sebagai gejala yang khas manusia. Setiap manusia mempunyai bahasa, tak ada seorang pun yang tidak mempunyai bahasa. Hewan, bahkan hewan yang paling tinggi taraf perkembangannya, orang hutan misalnya, tidak mempunyai dan tidak menggunakan bahasa. Hewan memang mengekspresikan emosi dan perangsang, namun itu sama sekali tidak dapat dipersamakan sebagai bahasa. Apa yang mereka ekspresikan adalah *symptom of emotions*, sedangkan bahasa adalah simbol. Ia (bahasa) adalah simbolisasi dari perasaan dan gagasannya. Bahkan bahasa adalah *a very high form of symbolism*. Itulah sebabnya bahasa hanya ada pada manusia (Liliweri, 1991: 64).

Nah, jelas bukan? Susanne K. Langer bahkan menyebut bahwa bahasa itu merupakan bentuk simbolisme yang sangat tinggi.

Dunia manusia adalah dunia simbol. Tanpa simbol, manusia tidak akan dapat berkembang seperti sekarang ini. Di dalam Teori Interaksionisme simbolik ditegaskan bahwa ada 2 hal penting yang menandai kehidupan manusia, yaitu **interaksi** dan **simbol**. Interaksi itu penting karena dia menunjukkan kehidupan sosial, di mana orang saling mengerti, saling menanggapi, dan saling berkomunikasi. Anda mungkin segera bertanya,

bukankah binatang juga berinteraksi? Ya, Anda benar! Namun, yang tidak boleh kita lupakan bahwa interaksi binatang dengan interaksi manusia itu berbeda secara prinsipal. Binatang berinteraksi dengan sesamanya dengan menggunakan naluri (*instinct*)-nya, yaitu suatu kemampuan yang dibawanya sejak lahir, tanpa perlu dipelajari. Dengan nalurinya, binatang memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan makan, minum, melindungi diri dan para warganya, sampai dengan pemenuhan kebutuhan seksualitasnya sangat berbeda dengan manusia yang berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol yang diciptakannya dikembangkan, bahkan diubahnya sesuai dengan kebutuhannya. Dengan simbol berupa bahasa, manusia dapat mengomunikasikan segala isi pikiran dan ungkapan perasaannya sehingga orang lain dapat memahami, merasakan dan bertindak sesuai dengan kehendak kita.

Sehubungan dengan bahasa sebagai simbol yang paling memadai dalam komunikasi antarmanusia ini, DeVito dalam salah satu bagian tulisannya, tentang bahasa sebagai suatu sistem simbol mengatakan, seperti berikut.

Bahasa dapat dibayangkan sebagai kode atau sistem simbol, yang kita gunakan untuk membentuk pesan-pesan verbal kita. Kita dapat mendefinisikan bahasa sebagai sistem produktif yang dapat dialihkan dan terdiri atas simbol-simbol yang cepat lenyap (*rapidly fading*), bermakna bebas (*arbitrary*) serta dipancarkan secara kultural (DeVito, 1997:119).

Lebih lanjut DeVito menjelaskan tentang **bahasa itu bersifat produktif, dan kreatif**. Artinya apa? Artinya, bahwa pesan-pesan verbal kita merupakan gagasan-gagasan, gagasan bersifat baru. Tentu saja ada beberapa pengecualian dari kaidah umum ini, tetapi tidak banyak dan tidak penting. Sebagai contoh, pesan seperti “Apa kabar?”, “Selamat malam” tidaklah produktif karena kata-kata ini tidak tercipta baru setiap kali diucapkan. Kalau pengecualian seperti ini dikesampingkan, semua pesan verbal tercipta pada saat diutarakan. Ketika Anda berbicara, Anda tidak mengulang kalimat-kalimat hasil mengingat, melainkan menciptakan sendiri kalimat-kalimat baru. Begitu pula pemahaman Anda atas pesan-pesan verbal menunjukkan produktivitas dalam arti bahwa Anda dapat memahami pemikiran-pemikiran baru yang dikemukakan. Dimensi lain dari produktivitas bahwa sistem pesan manusia memungkinkan terciptanya kata-kata baru. Apabila sesuatu ditemukan atau diciptakan, kita dapat menciptakan kata-kata baru untuk menggambarkan: komputer, faksimile, modem, DNA rekombinan. Sistem

bahasa kita terbuka untuk pengembangan suatu aspek yang tampaknya tidak dimiliki oleh sistem komunikasi hewan.

**Bahasa manusia mengenal pengalihan (*displacement*)** sehingga manusia dapat berbicara tentang masa lalu dan masa depan semudah kita berbicara tentang masa kini. Kita dapat berbicara tentang hal-hal yang tidak pernah kita lihat, misalnya tentang manusia duyung, kuda bertanduk, dan bahkan tentang makhluk dari planet lain. Masih dalam konteks pembicaraan ini, Vito juga mengatakan bahwa bahasa menunjukkan ciri pelayanan cepat. Maksudnya bahwa bicara melenyap dengan cepat; suara-suara ini lenyap. Suara harus diterima setelah itu dikirimkan atau kita tidak akan pernah menerimanya. Sudah pasti semua isyarat berangsur-angsur akan melenyap; simbol-simbol tertulis bahkan simbol-simbol yang dipahatkan pada batu tidaklah permanen. Tetapi secara relatif isyarat suara barangkali merupakan yang paling tidak permanen di antara semua media komunikasi, inilah yang dimaksud dengan pelenyapan cepat (*rapid fading*).

**Bahasa juga memiliki ciri kebebasan makna (*arbitrary*).** Artinya, bahasa itu tidak memiliki karakteristik fisik dari benda atau hal yang mereka gambarkan. Sebagai contoh, kata anggur tidak lebih lezat ketimbang kata bulgur. Kata bulgur juga tidak lebih mengenyangkan ketimbang kata anggur. Suatu kata memiliki arti atau makna, seperti yang kita gambarkan karena kitalah yang secara bebas menentukan arti atau maknanya. DeVito juga menegaskan bahwa bentuk bahasa manusia itu dipancarkan/diwariskan atau ditransmisikan secara kultural (*culturally transmitted*). Seorang anak yang dibesarkan dalam lingkungan keluarga yang berbahasa Inggris akan menguasai bahasa Inggris sebagai bahasa ibu, apa pun bahasa orang tua kandungnya (DeVito, 1997; 120). Yang jelas, John Locke berpendapat bahwa bahasa itu merupakan instrumen yang besar yang harus dipakai bersama di dalam suatu masyarakat. Mengapa? karena bahasa merupakan representasi dari pernyataan pikiran, perasaan untuk mewujudkan perbuatan guna menunjukkan simbol-simbol yang telah disepakati di dalam masyarakat yang bersangkutan (Liliweri; 1991; 65).

**Kemampuan bahasa sebagai simbol yang terbaik dan paling memadai dalam komunikasi** tentulah tak dapat diragukan lagi. Kial atau gerakan-gerakan tubuh, misalnya menggelengkan kepala memang memiliki makna, akan tetapi makna tersebut amat terbatas. Demikian pula, isyarat berupa gerakan tangan atau lambaian seseorang kepada temannya, bunyi-bunyian ataupun warna tertentu juga amat terbatas maknanya, dalam arti

tidak memiliki kemampuan yang luas, seperti bahasa. Sekalipun demikian, dalam kenyataan hidup kita sehari-hari di dalam masyarakat, kombinasi atau pemakaian berbagai simbol sekaligus adalah hal biasa dan bahkan lebih efektif di dalam melakukan proses komunikasi secara primer.

## 2. Proses secara Sekunder

Setelah Anda memahami pengertian proses komunikasi secara primer maka uraian berikut ini akan membahas tentang proses komunikasi secara sekunder beserta contoh-contohnya.

Menurut Onong Uchjana Effendy, proses komunikasi secara sekunder itu tidak lain adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 1994: 16). Jangan lupa bahwa yang dimaksud oleh Onong Uchjana Effendy dengan lambang sebagai media pertama dalam proses komunikasi adalah bahasa. Seperti halnya Onong Uchjana Effendy, Liliweri juga menekankan bahwa proses komunikasi sekunder menggunakan alat agar dapat melipatgandakan jumlah penerima pesan/amanat, yang berarti pula mengatasi hambatan-hambatan geografis maupun hambatan waktu. (Liliweri, 1997:60).

Yang tak boleh Anda lupakan dalam hal ini bahwa pada umumnya, apabila kita menggunakan istilah media komunikasi maka yang dimaksudkan adalah media kedua. Jarang sekali orang menganggap bahwa bahasa adalah media komunikasi. Berhati-hatilah! Tentang hal ini, Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa penyebabnya tidak lain karena bahasa merupakan lambang (simbol) beserta isi (*content*), yakni pikiran dan atau perasaan yang dibawanya menjadi totalitas pesan (*message*), yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lain-lainnya yang jelas tidak selalu dipergunakan. Kelihatannya seolah-olah orang tidak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, akan tetapi mungkin orang dapat berkomunikasi tanpa surat atau telepon atau televisi, dan sebagainya, (Effendy; 1994: 16).

Pada penjelasan terdahulu Anda telah memahami bahwa pada umumnya memang bahaslah yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi karena bahasa sebagai lambang mampu mentransmisikan (memindahkan) berbagai pikiran maupun perasaan, baik yang sifatnya abstrak maupun yang konkret. Contohnya, Anda sedang berkomunikasi dengan rekan Anda, dan Anda menjelaskan bahwa di kota pelajar, seperti di Yogyakarta dewasa ini

jumlah anak-anak jalanan semakin meningkat, semakin banyak bocah-bocah di bawah umur yang terpaksa harus mengemis kepada para pengguna jalan yang berkendara bermotor ketika berhenti di *traffic light*, sementara pengemis-pengemis tua yang cacat terpaksa hanya duduk menggelesot secara pasif menunggu kejatuhan rejeki di bawah teriknya matahari sambil mengusap peluhnya yang tak pernah reda. Oleh karena Anda sangat pandai menuturkan hal tersebut, dan begitu ekspresif dan sentimental maka sangat mungkin rekan Anda ikut terharu.



sumber: <http://www.travelblog.org/Photos/316210.html>

Gambar 1.3.  
Pengemis di Benteng Jaisalmer, India

Cobalah anda lukiskan dengan kata-kata/ bahasa keadaan pengemis tersebut. Kemudian dengarkanlah bagaimana kawan Anda melukiskannya. Sekarang Anda menjadi tahu tentang luas sempitnya bahasa dalam melukiskan sesuatu bukan !

Bahasa, memang dapat digunakan untuk mewadahi atau mengemas pikiran dan perasaan guna mengungkapkan hal-hal maupun peristiwa-peristiwa, baik itu terjadi di masa lalu, masa kini maupun masa yang akan datang. Oleh karena itulah, kebanyakan media merupakan alat atau sarana yang diciptakan untuk meneruskan pesan komunikasi dengan bahasa.

Telepon, radio, surat, poster maupun televisi, merupakan contoh-contoh media untuk menyambung atau menyebarkan pesan yang menggunakan bahasa.

Sebagaimana kita ketahui bahwa dengan semakin pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta peradaban manusia maka **komunikasi bermedia (mediated communication) telah mampu memadukan komunikasi berlambang bahasa dengan komunikasi berlambang gambar serta warna.** Hal ini dapat kita saksikan dalam bentuk film, televisi maupun video, yang dewasa ini telah melanda masyarakat di berbagai belahan dunia.

Pentingnya media sekunder dalam proses komunikasi tak dapat diragukan lagi karena dengan media sekunder efisiensi penyebaran informasi dapat diperoleh dalam rangka mencapai khalayak komunikan yang jumlahnya dapat berjuta-juta dan juga tersebar di berbagai daerah/wilayah yang sangat luas dan dalam tempo yang sama dan sesingkat-singkatnya. Ambillah suatu contoh untuk hal ini, misalnya saja pidato seorang presiden yang disiarkan melalui radio atau televisi.

Sekalipun proses komunikasi secara sekunder (menggunakan media kedua setelah bahasa) ini diakui efisiensinya dalam menjangkau khalayak komunikan akan tetapi ada suatu hal yang tak boleh dilupakan. *Efisiensi dan efektivitas komunikasi bermedia ini hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif, sedangkan yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasif adalah komunikasi tatap muka* karena kerangka acuan (*frame of reference*) komunikasi dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses komunikasinya umpan balik berlangsung seketika. Artinya, komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu juga. Hal demikian ini berlainan dengan komunikasi bermedia, apalagi dengan menggunakan media massa, yang tidak memungkinkan komunikator mengetahui kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya, sedangkan dalam proses komunikasinya, umpan balik berlangsung tidak pada saat itu.

Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa umpan balik dalam komunikasi bermedia, terutama media massa, biasanya dinamakan umpan balik tertunda (*delayed feedback*) karena sampainya tanggapan atau reaksi khalayak kepada komunikator memerlukan tenggang waktu. Bagaimanapun dalam proses komunikasi bermedia, misalnya dengan surat, poster, spanduk, radio, televisi atau film, umpan balik akan terjadi. Dengan kata lain,



komunikator mengetahui tanggapan komunikan jika komunikasinya sendiri selesai secara tuntas. Memang ada pengecualian, yaitu dalam komunikasi bermedia telepon meskipun bermedia, akan tetapi umpan balik dapat berlangsung seketika. Sungguhpun demikian, komunikator tidak melihat ekspresi wajah komunikan maka reaksi sebenarnya dari komunikan tidak akan dapat diketahui oleh komunikator, seperti kalau dalam komunikasi tatap muka.

Oleh karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan dipergunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Komunikan media surat, poster atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan surat kabar, radio, televisi atau film. Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu pula. Dengan demikian, proses komunikasi seara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*mass media*) dan media nirmassa atau media nonmassa (*non-mass media*).

Lebih lanjut Onong Uchjana Effendy juga menyebutkan unsur-unsur dalam proses komunikasi sebagai berikut.

1. Sumber : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. *Encoding* : pensandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3. *Message* : pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator
4. Media : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikasi kepada komunikan.
5. *Decoding* : pengawas sandian, yaitu proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. *Receiver* : komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. *Response* : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterima pesan.

8. *Feedback* : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
9. *Noise* : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Secara lebih sederhana, unsur-unsur tersebut pernah dikemukakan oleh Aristoteles bahwa unsur-unsur pokok dalam proses komunikasi adalah komunikator, komunikan dan pesan. Pendapat Aristoteles ini sekaligus menunjukkan bahwa persoalan komunikasi selalu meliputi siapa mengatakan apa kepada siapa. Oleh karena itu, kita harus memilih siapa yang paling tepat mengatakan, siapa yang paling layak mendengarkan, pesan apa yang paling aktual untuk disampaikan, sedangkan metode, teknik dan cara menyampaikan pesan dalam proses komunikasi hanya merupakan pilihan yang bersifat kontekstual. (Liliweri, 1997: 278).

Senada dengan pendapat tersebut di atas, Effendy juga menyebutkan, model komunikasi seperti itu menegaskan faktor-faktor kunci dalam komunikasi efektif. Komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikan sasaran dan tanggapan apa yang diharapkannya. Ia harus trampil dalam mensandi pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan sasaran biasanya mengawas sandi pesan. Komunikator harus mengirimkan pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran. Agar komunikasi efektif, proses persandian oleh komunikator harus bertaatan dengan proses pengawasan sandian oleh komunikan. Wilbur Schramm melihat pesan sebagai tanda esensial yang harus dikenal oleh komunikan. Semakin pengalaman (*field of experience*) komunikator tumpang tindih dengan bidang pengalaman komunikan, akan semakin efektif pesan yang di komunikasikan. Komunikator akan dapat mensandi dan komunikan akan dapat mengawas sandi hanya dalam istilah-istilah pengalaman yang dimiliki masing-masing. Memang ini merupakan beban bagi komunikator dari strata sosial yang satu yang ingin berkomunikasi secara efektif dengan komunikan dari strata sosial yang lain. Akan tetapi, di dalam teori komunikasi dikenal istilah empati, yang berarti kemampuan memproyeksikan diri kepada peranan orang lain. Jadi, antara komunikator dengan komunikan terdapat perbedaan dalam kedudukan, jenis pekerjaan, agama, suku, bangsa, tingkat pendidikan, ideologi, dan lain-

lain, jika komunikator bersikap empati, komunikasi tidak akan gagal. (Effendy, O.U., 1994: 19).



## LATIHAN

---

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Pilihlah dari beberapa definisi tentang komunikasi, kemudian buatlah bagan tentang perbedaan dan persamaannya.!
- 2) Carilah suatu kasus di lingkungan Anda, di mana terlihat bahwa dimensi lingkungan komunikasi itu saling terkait!

### *Petunjuk jawaban latihan*

- 1) Lihat lagi rumusan makna komunikasi yang dikatakan oleh Nimo, Anda bisa melakukannya, seperti yang dilakukan Nimo.
- 2) Lihat penjelasan DeVito tentang keterlambatan janji kencana, di mana keterkaitan dimensi itu terlihat.



## RANGKUMAN

---

Terdapat banyak definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli komunikasi. Ada yang hampir mirip, namun ada juga yang berbeda! Perbedaan-perbedaan yang muncul itu lebih banyak karena fokus perhatian atau titik tolak pembahasannya. Misalnya, ada yang menekankan pada persoalan koordinasi makna, ada yang lebih menekankan *information sharing*-nya, ada yang menekankan pentingnya adaptasi pikiran antara komunikator dan komunikan, ada yang lebih menfokuskan pada prosesnya, ada yang menganggap lebih penting menunjukkan komponen-komponennya, dan tentu saja masih ada yang lainnya lagi.

Dalam perspektif sosiologi, komunikasi itu mengandung pengertian sebagai suatu proses men-*transmit*/memindahkan kenyataan-kenyataan, keyakinan-keyakinan, sikap-sikap, reaksi-reaksi emosional, misalnya marah, sedih, gembira atau mungkin kekaguman atau yang menyangkut kesadaran manusia. Pemindahan tersebut berlangsung antara manusia satu kepada yang lainnya. Jadi, jelas bagi sosiologi komunikasi itu tidak

sekadar berisi informasi yang dipindah-pindahkan dari seseorang kepada yang lainnya, melainkan juga meliputi ungkapan-ungkapan perasaan yang pada umumnya dialami oleh umat manusia yang hidup di dalam masyarakat.

Lingkungan komunikasi, setidaknya mempunyai 3 dimensi, yaitu dimensi fisik, dimensi sosial psikologis, dan dimensi temporal. Ketiga dimensi tersebut sering kali bekerja bersama-sama dan saling berinteraksi, dan mempunyai pengaruh terhadap berlangsungnya komunikasi.

Proses adalah suatu rangkaian aktivitas secara terus-menerus dalam kurun waktu tertentu. Yang dimaksud dengan kurun waktu tertentu itu memang relatif. Dia bisa pendek, tetapi bisa juga panjang/lama, hal tersebut sangat tergantung dari konteksnya. Proses komunikasi secara primer adalah komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, langsung antara seseorang kepada yang lain untuk menyampaikan pikiran maupun perasaannya dengan menggunakan simbol-simbol tertentu, misalnya bahasa, kial, isyarat, warna, bunyi, bahkan bisa juga bau.

Di antara simbol-simbol yang dipergunakan sebagai media dalam berkomunikasi dengan sesamanya, ternyata bahasa merupakan simbol yang paling memadai karena bahasa adalah simbol representatif dari pikiran maupun perasaan manusia. Bahasa juga merupakan simbol yang produktif, kreatif dan terbuka terhadap gagasan-gagasan baru, bahkan mampu mengungkapkan peristiwa-peristiwa masa lalu, masa kini, dan masa yang akan datang.

Proses komunikasi secara sekunder adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan alat/sarana sebagai media kedua setelah bahasa. Komunikasi jenis ini dimaksudkan untuk melipatgandakan jumlah penerima informasi sekaligus dapat mengatasi hambatan-hambatan geografis dan waktu. Namun, harap diketahui pula bahwa komunikasi jenis ini hanya efektif untuk menyebarluaskan pesan-pesan yang bersifat informatif, bukan yang persuasif. Pesan-pesan persuasif hanya efektif dilakukan oleh komunikasi primer/tatap muka.

Umpan balik komunikasi secara sekunder bersifat tertunda (*delayed feedback*), jadi komunikator tidak akan segera mengetahui bagaimana reaksi atau respons para komunikan. Oleh karena itu, apabila dibutuhkan pengubahan strategi dalam informasi berikutnya tidak akan secepat komunikasi primer atau tatap muka.



## TES FORMATIF 1

---

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Komunikasi adalah pengalihan informasi dari satu orang atau kelompok kepada yang lain, terutama dengan menggunakan simbol. Pernyataan tersebut dikemukakan oleh ....
  - A. Willbur Schramm
  - B. Aranguren
  - C. George A. Theodorson
  - D. Colin Cherry
  
- 2) Komunikasi merupakan proses saling membagi informasi, gagasan atau sikap. Pernyataan tersebut dikemukakan oleh ....
  - A. Willbur Schramm
  - B. Aranguren
  - C. George A. Theodorson
  - D. Colin Cherry
  
- 3) Di antara simbol-simbol berikut ini yang paling mawadahi dalam berkomunikasi adalah ....
  - A. bau
  - B. bunyi bel
  - C. bahasa
  - D. lambaian tangan
  
- 4) Berkomunikasi dengan menggunakan beberapa simbol sekaligus dapat menimbulkan efek yang semakin ....
  - A. jelas
  - B. kacau
  - C. bermartabat
  - D. murah biayanya
  
- 5) Dalam komunikasi, istilah *delayed feedback* mengandung pengertian, yaitu umpan balik ....
  - A. yang langsung
  - B. yang tertunda
  - C. ganda
  - D. tidak lengkap

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 1 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 1.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali

80 - 89% = baik

70 - 79% = cukup

< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan Kegiatan Belajar 2. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 1, terutama bagian yang belum dikuasai.

## KEGIATAN BELAJAR 2

## Komunikasi Sosial dan Fungsinya

## A. PENGERTIAN KOMUNIKASI SOSIAL

Saudara mahasiswa, Hendropuspito menyatakan bahwa kata komunikasi berasal dari kata latin *communicare* yang mempunyai tiga arti: bergaul dengan seseorang; memberitahukan sesuatu kepada orang lain; berhubungan dengan orang lain. Dari kata kerja itu, kemudian dibentuk kata benda *communicatio* yang diindonesiakan menjadi komunikasi. Oleh karena itu, kata komunikasi berarti **pergaulan, pemberitahuan, dan perhubungan**. Satu hal yang perlu saya tandaskan bahwa dalam pembicaraan kita sekarang ini, istilah komunikasi digunakan dalam arti pemberitahuan.

Dalam sosiologi, kata komunikasi mengandung pengertian yang luas. Oleh karena itu, dipakai kata komunikasi sosial. Jadi kata komunikasi sosial mempunyai arti tersendiri yang berkaitan dengan hal ikhwal pemberitahuan dalam lingkup masyarakat luas.

Secara definitif, komunikasi sosial ialah suatu proses interaksi di mana seseorang atau suatu lembaga menyampaikan amanat kepada pihak lain supaya pihak lain itu dapat menangkap maksud yang dikehendaki penyampai.



Direpro dari: AP

Gambar 1.4.  
Ini pun Komunikasi

Terhadap gambar di atas, tentunya  
Anda bisa menjelaskan mengapa  
demonstrasi dapat dikatakan sebagai  
proses komunikasi  
**Selamat mengerjakan!**

## B. UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI SOSIAL

Mengacu pada pendapat dari Hendropuspito maka pengertian komunikasi sosial mencakup unsur-unsur sebagai berikut.

1. Komunikator, yaitu pihak yang memulai komunikasi. Komunikator mungkin seseorang atau suatu institusi. Dalam proses komunikasi, komunikator merupakan unsur yang aktif, yang mengambil prakarsa untuk bertindak.
2. Amanat, yaitu hal yang disampaikan. Amanat dapat berupa perintah, kabar ide, gagasan, pendapat, anjuran dan sebagainya. Tujuan penyampaian tersebut adalah mengupayakan adanya pemahaman dan tanggapan pihak lain, yaitu penerima amanat yang searti dengan maksud pengirim. Artinya, jika amanat berupa perintah, hendaknya perintah itu dilaksanakan, dan jika berupa ide hendaknya bisa dimengerti sebagai informasi.
3. Media untuk penyampai amanat, yaitu daya upaya yang dipakai untuk menyampaikan amanat kepada penerima. Dalam uraian selanjutnya dinamakan media komunikasi sosial.
4. Media komunikasi sosial ini mengandung dua unsur, yaitu unsur pernyataan (ungkapan) amanat itu sendiri dan alat yang dipakai untuk menyampaikan amanat itu. Pernyataan (ungkapan) amanat berbeda-beda bentuknya: tanda kode, isyarat, gerak badan, perkataan lisan atau tertulis, lambang-lambang yang dapat dimengerti.
5. Alat yang dipakai untuk menyampaikan amanat itu juga berbeda-beda menurut situasi dan kondisi, misalnya surat, telepon, radio, televisi, pita suara, media cetak (surat kabar, majalah, selebaran), juga seni lukis, seni pentas dan seni drama.
6. Komunikan, yaitu orang atau satuan orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi itu. Kepada merekalah amanat disampaikan, dari mereka



diharapkan tanggapan, dan dalam diri mereka proses komunikasi berakhir. Dalam proses komunikasi, komunikator merupakan unsur pasif, lawan komunikator sebagai unsur aktif.

7. Tanggapan (respons), inilah tujuan dari komunikator. Yang diharapkan adalah bahwa tanggapan komunikator sama dengan maksud komunikator. Dengan demikian, komunikasi berhasil dan efektivitas komunikasi tercapai.

### C. JENIS-JENIS KOMUNIKASI SOSIAL

Komunikasi sosial dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis menurut sudut pandang tertentu. Menurut Hendropuspito, terdapat beberapa jenis komunikasi sosial, yaitu berikut ini.

1. Komunikasi langsung dan tidak langsung  
Komunikasi langsung (*direct communication*) juga disebut komunikasi dari muka ke muka (*face to face*). Si pengirim amanat berhubungan langsung dengan penerima, tanpa perantara. Bentuk komunikasi inilah yang paling sering dipakai dalam kehidupan sehari-hari. Tanggapan dari si penerima langsung dapat diketahui oleh si pemberi amanat. Komunikasi jenis ini menciptakan suasana tersendiri, yaitu akrab dan saling percaya.
2. Komunikasi tidak langsung (*indirect communication*) terjadi apabila dalam berkomunikasi dipakai satu atau lebih perantara untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan. Jenis komunikasi ini digunakan karena berbagai pertimbangan, antara lain karena jarak dan sifat amanat itu sendiri dirasa kurang sesuai jika disampaikan secara pribadi oleh si pengirim atau karena 2 pihak yang bermusuhan harus didamaikan. Misalnya, konflik di Sambas dan adanya pihak yang berperan sebagai mediator atau penghubung antara pihak yang saling berkonflik, yaitu pihak pemerintah karena akan sulit berkomunikasi jika saling bermusuhan sehingga perlu pihak lain yang harus menghubungkan keduanya sehingga dapat tercapai perdamaian.
3. Komunikasi satu arah dan komunikasi timbal balik  
Komunikasi satu arah (*one-way communication*) terjadi apabila penyampaian amanat itu datang hanya dari satu jurusan, jadi tidak mungkin ada tanggapan langsung dari penerima, misalnya perintah harian ketentaraan, siaran radio, televisi. Bentuk komunikasi ini

menciptakan hubungan yang kaku karena tidak mungkin ada tanggapan langsung.

4. Komunikasi timbal balik (*reciprocal communication*) terjadi jika pihak penerima amanat dapat memberikan jawaban langsung kepada pemberi, misalnya pembicaraan lewat telepon, musyawarah. Bentuk komunikasi ini dapat mempererat hubungan dan menjalin hubungan persaudaraan. Kedua belah pihak sama-sama aktif.
5. Komunikasi bebas dan komunikasi fungsional  
 Komunikasi bebas (nonorganik) tidak terikat pada formalitas tertentu yang harus ditaati. Satu-satunya ikatan ialah kode sosiokultural pada umumnya, misalnya komunikasi dalam pergaulan biasa, di mana dua belah pihak diharapkan mengenal aturan sopan santun.  
 Komunikasi fungsional (*institutional*) terikat pada peraturan institusi yang bersangkutan. Komunikasi ini bersifat fungsional dan struktural, misalnya pejabat pemerintahan terhadap bawahannya, panglima dengan anak buahnya. Penyampaian amanat dilakukan menurut formalitas tertentu, seperti penata laksana (protokol).
6. Komunikasi individual dan komunikasi massal  
 Komunikasi individual (*individual communication*) ditujukan kepada satu orang atau beberapa orang yang **sudah dikenal**. Pihak komunikan bukan anonim, tapi orang yang dikenal baik oleh pihak komunikator. Hasil komunikasi ini mempunyai bobot tersendiri.  
 Komunikasi massal (*mass communication* atau *general communication*) ditujukan kepada umum yang **tidak dikenal**. Pihak komunikan terdiri dari massa dengan berbagai sosiokultural, ras dan usia. Misalnya, pada waktu Pemilu 2004, setiap partai mendapat kesempatan untuk melaksanakan kampanye terbuka yang dihadiri oleh simpatisan partai maupun masyarakat umum. Masyarakat yang menghadiri kampanye terbuka itu berasal dari berbagai lapisan sosial, latar belakang budaya yang berbeda dan usia yang beragam pula.

## D. FUNGSI KOMUNIKASI SOSIAL

Dalam kehidupan masyarakat ini komunikasi sosial mempunyai beberapa fungsi, antara lain memberi informasi, bimbingan dan hiburan.. Uraian berikut inilah yang menunjukkan aspek-aspek dari fungsi komunikasi sosial yang kita maksud.

### **1. Memberi Informasi**

Informasi perlu disampaikan kepada warga masyarakat karena kenyataan menunjukkan sebagai berikut.

- a. Manusia hanya dapat maju dan berkembang apabila dia mengetahui nilai-nilai yang perlu dicapai.
- b. Tidak semua orang memiliki pengetahuan yang sama mengenai nilai-nilai yang sudah berhasil dicapai, mengenai sarana-sarana yang harus dipakai, dan bahaya-bahaya yang harus dihindari.
- c. Setiap orang mempunyai hak untuk mendapat informasi yang berguna bagi hidupnya.

Organisasi umat manusia akan berjalan pincang apabila dalam sistem sosialnya tidak didirikan tempat-tempat sumber informasi untuk menyiarkan apa yang berguna bagi kehidupan bersama, tidak hanya hal-hal yang menyangkut kepentingan jasmani, tetapi juga hal-hal yang menyangkut rohani yang tidak kurang pentingnya bagi manusia.

### **2. Memberi Bimbingan**

Baik secara langsung maupun tidak langsung, komunikasi berfungsi memberikan bimbingan bagi warga masyarakat, amanat yang bernilai tinggi dapat menimbulkan gairah kerja, menghidupkan semangat yang telah padam. Warga masyarakat yang menyimpang dari pola-pola kelakuan yang benar dapat dikembalikan ke jalan yang benar. Misalnya, petani yang tidak tahu bagaimana menggunakan pupuk menurut takaran yang tepat untuk menyuburkan tanaman, mereka akan merasa menemukan petunjuk yang dicari ketika memperoleh penyuluhan dari petugas pertanian tentang pupuk yang harus digunakan.

Bimbingan disampaikan lewat pesan (amanat) yang sifatnya menuntun, menyetujui, menolak, mencela, menegur, mendukung atau menentang, mengajak atau menganjurkan, memberi petunjuk mengenai prioritas tertentu di antara sekian banyak tindakan yang harus dilaksanakan.

### **3. Memberi Hiburan**

Tidak semua warga masyarakat berhasil mengejar cita-cita yang telah ditanamkan oleh banyak pihak, ada sebagian yang mengalami kegagalan. Rakyat yang berhasil akan mengalami kelelahan fisik, sementara yang mengalami kegagalan ada yang menderita kelelahan fisik dan sekaligus

frustrasi. Mereka membutuhkan hiburan. Kali ini merupakan masalah sosial yang harus dipecahkan secara sosial pula. Komunikasi sosial merupakan jawaban yang tepat untuk memenuhi kebutuhan itu.

## E. KOMUNIKASI ORGANIK

Dalam rangka menjelaskan pengertian komunikasi organik ini, Hendropuspito menggunakan teori dari Herbert Spencer, seorang sosiolog berkebangsaan Inggris. Herbert Spencer terkenal dengan teorinya *organic analogy*. Artinya, masyarakat itu dianalogikan (dikiaskan atau diibaratkan), seperti organisme biologis. Jika tubuh manusia mempunyai organ-organ, demikian pula masyarakat. Organ-organ tubuh manusia, seperti jantung, paru-paru, otak, juga ada tangan dan kaki, ada pula usus besar dan anus dan masih banyak lagi yang lain itu saling berinteraksi secara fungsional. Demikian pula organ-organ masyarakat, seperti lembaga keluarga, lembaga pendidikan, lembaga ekonomi, lembaga hukum, politik dan masih banyak lagi yang lain juga saling berinteraksi secara fungsional.

Charles A. Ellwood dalam bukunya yang berjudul *A History of Social Philosophy*, antara lain membahas tentang sumbangan pemikiran Herbert Spencer bagi sosiologi. Ellwood mengemukakan, seperti berikut ini.

He gives four analogies between a society and a biological organism. Both a human society and a biological organism exhibit in their development" (1) continuous growth; (2) increasing complexity of parts; (3) increasing dependence of parts; and (4) possible independent life of organism and individual of part (Ellwood, 1938; 455).

Masyarakat itu analog dengan organisme biologis. Ada empat analogi yang dibuat Spencer dalam menggambarkan tentang masyarakat dan organisme biologis itu. *Pertama*, kedua-duanya itu senantiasa bertumbuh. *Kedua*, semakin meningkatnya kompleksitas dari bagian-bagian. *Ketiga*, semakin meningkatnya ketergantungan dari bagian-bagian tersebut; dan yang *keempat* adalah, dimungkinkannya independensi kehidupan organisme dengan individu sebagai bagian-bagiannya.

Setelah Anda memahami sebagian teori Herbert Spencer, marilah sekarang kita ikuti bagaimana penjabaran Hendropuspito tentang komunikasi organik ini. Pengertian organik dipinjam dari organisme biologi, seperti dalam tubuh manusia. Tubuh manusia terdiri dari organ-organ yang masing-

masing mempunyai fungsi, namun saling membantu dan saling mengisi demi bekerjanya tubuh. Demikian pula masyarakat terdiri dari organ-organ sosial, yang berupa lembaga-lembaga (institusi) sosial. Di dalam masyarakat terdapat lembaga kepolisian, ketentaraan, kesehatan, pengadilan, perpajakan, keagamaan dan lain-lain. Ciri yang menonjol dari organ-organ sosial ini sekurang-kurangnya ada dua, yaitu menjalankan tujuan yang ditentukan departemen masing-masing dan tujuan pelayanan sosial tertentu serta beranggotakan orang-orang yang telah diseleksi, saling mengenal atau sekurang-kurangnya dapat dikenal dari daftar nama lembaga yang bersangkutan. Dari sudut pandangan ini anggota setiap lembaga bukanlah massa melainkan pribadi-pribadi yang dikenal.

Komunikasi yang dilakukan di dalam lembaga-lembaga dan di antara lembaga-lembaga itu bukanlah komunikasi individual, bukan pula komunikasi massal, tapi komunikasi organik (Hendropuspito; 1989, 289). Jadi, orang tidak berbicara pada individu sebagai perorangan, melainkan kepada individu sebagai anggota kelompok atau lembaga.

Komunikasi organik dapat disebut juga komunikasi fungsional. Dalam komunikasi organik, orang tidak berbicara kepada seseorang dengan nomor melainkan tetap berbicara kepada seorang pribadi manusia. Perhatian pertama diberikan kepada pribadi, baru kemudian kepada lembaganya. Jadi seorang anggota lembaga tidak dapat dikorbankan demi lembaganya. Sebaliknya, demi keberhasilan lembaga justru pribadi anggota sebagai komunikan perlu diperhatikan terlebih dahulu. Tidak boleh dilupakan bahwa tujuan dari komunikasi juga menjangkau perubahan pribadi komunikan melalui penangkapan kognitif hingga pada perubahan afektif dan psikomotorik. Ditinjau dari sudut pandang ini komunikasi pribadi antara komunikator dengan komunikan merupakan cara kontak yang paling efisien. Apabila komunikasi pribadi tidak mungkin, pemakaian media komunikasi perlu diseleksi. Misalnya, penggunaan telepon lebih efisien daripada surat menyurat karena surat dapat menimbulkan kesalahpahaman. Penggunaan media lain, seperti telegram harus disesuaikan dengan isi amanat, apakah dapat disampaikan lewat telegram atau tidak. Pesawat telepon merupakan salah satu media komunikasi organik yang praktis, namun komunikator sering tidak berhasil menyampaikan amanatnya kepada komunikan karena tidak mengikuti tata krama yang diperlukan. Akibatnya, pembicaraan yang baru dimulai sudah diputus oleh komunikan yang merasa tersinggung.

Dalam bidang komunikasi organik, sosiologi mengemban beberapa tugas, antara lain berikut ini.

- a. Membedakan jenis-jenis amanat, apakah isi amanat itu bernilai kedisiplinan lembaga, nilai rohani atau nilai jasa sosial yang khusus diusahakan lembaga yang bersangkutan.
- b. Mempelajari kode atau simbol nilai-nilai tersebut, dan
- c. Mempelajari apakah teknik penyampaian kode amanat itu dapat dibenarkan dalam komunikasi intraorganik dan interorganik.

## F. EFEKTIVITAS DAN KESULITAN KOMUNIKASI

### 1. Kriteria

Onong Uchjana Effendy, dalam Kamus Komunikasi yang ditulisnya menegaskan bahwa komunikasi efektif apabila komunikasi yang dilancarkan menimbulkan efek kognitif, efek afektif atau konatif (*behavioral*) pada komunikan, sesuai dengan tujuan komunikator (Effendy, 1989: 113).

Di sini tampak bahwa yang dipentingkan adalah apakah **suatu komunikasi efektif atau tidak tergantung pada apakah komunikasi itu dapat menimbulkan efek atau tidak**. Jika dapat menimbulkan efek, apakah itu efek kognitif, afektif atau efek konatif maka komunikasi tersebut dapat dinyatakan efektif. Tidak dipersoalkan apakah itu tepat waktu atau tidak, apakah ada kesamaan pengertian antara komunikator dengan komunikan atau tidak.

Hendropuspito cenderung melihat bahwa suatu komunikasi baru dinyatakan mencapai sasaran apabila komunikan dapat menangkap pengertian yang sama dengan pengertian komunikator. Jika tidak demikian maka komunikasi itu gagal. Di samping itu, ukuran lain untuk menentukan keberhasilan komunikasi ialah ketepatan waktu. Jadi, apabila amanat yang disampaikan komunikator diterima terlambat meskipun tepat arti, komunikasi dianggap gagal. Dengan kata lain, upaya utama dalam proses komunikasi perlu dipusatkan pada masalah ketepatan arti dan ketepatan waktu. Oleh karena itu, perlu dicari kesulitan yang harus dihadapi dan bagaimana memecahkannya (Hendropuspito, 1989, 290).

## 2. Kesulitan Komunikasi

Bagi Hendropuspito, ada beberapa kesulitan yang dihadapi komunikator dalam meluncurkan komunikasinya. Kesulitan itu, antara lain menyangkut aspek amanat komunikan, media dan unsur sosiobudaya.

### a. *Kesulitan pada amanat*

Hal penting dalam komunikasi ialah **kejelasan isi dan maksud amanat**. Masyarakat sebagai komunikan tidak selalu bisa menangkap isi dan maksud yang dikehendaki komunikator sehingga timbul keraguan, salah tangkap dan salah langkah dalam penerapannya. Tugas pertama komunikator ialah berusaha agar amanat itu jelas bagi dia sendiri maupun bagi komunikan. Komunikator harus tahu benar apa yang hendak disampaikan, untuk apa dan untuk siapa. Dalam hal ini berkaitan dengan aspek bahasa yang terdiri atas berikut ini.

#### 1) Bahasa isyarat

Bahasa isyarat, misalnya gerak tangan, kepala, mata dan lain-lain hanya dipakai dalam jarak dekat. Ketepatan arti hanya dimengerti jika komunikator dan komunikan hidup dalam satuan budaya yang sama.

#### 2) Bahasa kata

Bahasa kata sering menimbulkan kesulitan yang menggagalkan tercapainya maksud komunikator atau sekurang-kurangnya mengurangi keberhasilannya. Hal ini berhubungan dengan kata-kata (istilah) yang dipakai, susunan kalimat yang tidak benar serta singkatan yang tidak dimengerti komunikan. Oleh karena itu, komunikator harus berhati-hati dalam memilih perbendaharaan istilah yang dipakai. Setiap ahli memakai bahasanya sendiri yang belum tentu dimengerti secara tepat oleh lingkungan lain. Bahasa filsafat yang amat padat dan abstrak, misalnya tidak selalu dimengerti oleh lingkungan ahli teknologi dan ekonomi. Demikian pula bahasa biologi dan aljabar belum tentu dimengerti oleh kalangan di luar lingkup itu. Selain itu, komunikator juga harus menggunakan kalimat yang baik dan benar dan singkatan yang umum dipakai.

#### 3) Bahasa lambang

Pengungkapan amanat dapat dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang, yaitu tanda konvensional yang mengandung arti tertentu. Jika suatu lambang dipakai, tetapi arti dan maksud yang dikehendaki komunikator belum dikenal (belum ada konvensi atau konsensus) pihak

komunikasikan maka maksud komunikasi mungkin tidak tercapai. Lambang berfungsi untuk menjelaskan ide yang abstrak dan sulit diterangkan dengan kata-kata. Dengan lambang masalah yang kompleks menjadi lebih jelas dan mudah diingat, serta lebih mengesankan. Misalnya, lambang ♂ berarti laki-laki, dan ♀ berarti wanita.

Jadi, masalah pokok yang berhubungan dengan penggunaan lambang ialah apakah dapat dipastikan bahwa pemberian arti dan interpretasi dari pihak komunikan searti dan sepaham dengan pihak komunikator. Pertanyaan ini harus dijawab oleh setiap komunikator, seperti pemimpin, penceramah, guru dan sebagainya. Bertolak dari sudut pandang di atas, komunikasi dapat juga diartikan sebagai proses penyampaian lambang-lambang yang berarti kepada seseorang atau suatu golongan. Dalam penggunaan lambang, perlu diadakan seleksi lambang yang akan dipakai. Seperti halnya bahasa kata, lambang yang digunakan harus disesuaikan dengan jenis komunikan baik itu kaum remaja, petani, pegawai negeri atau jenis komunikan yang lain.

#### **Bobot dan jenis amanat juga menentukan keberhasilan komunikasi.**

Bobot amanat tidak semata-mata tergantung pada penilaian komunikator. Pihak komunikan ikut juga menentukan. Isi amanat yang tidak menguntungkan komunikan tidak akan mendapat respons. Sebaliknya amanat yang mendatangkan keuntungan akan menarik perhatian sebagian besar pihak yang berkepentingan dan dapat dipastikan komunikasi akan lebih berhasil. Setelah isi amanat diolah dengan baik dan siap untuk dikirimkan, masih ada beberapa petunjuk yang perlu diperhatikan oleh komunikator, yaitu berikut ini.

- a) Komunikasi harus setia, artinya benar-benar menyatakan apa yang dimaksud oleh komunikator. Komunikasi menjadi tidak setia pada fungsinya jika amanat yang disampaikan sengaja dibuat sedemikian rupa sehingga komunikan menangkapnya dengan arti lain.
- b) Komunikasi harus lengkap atau utuh. Seluruh pesan harus sampai kepada komunikan, tidak mengalami "kebocoran" di tengah jalan. Jika tidak, komunikasi dinilai tidak mencapai tujuan.

#### *b. Kesulitan pada komunikasi*

Pembahasan tentang kesulitan dari sudut amanat hampir tidak mungkin dipisahkan dari pihak komunikan karena amanat dan komunikan adalah 2 pengertian yang korelatif. Dengan pengertian ini, berikut ini akan dibicarakan



hal ikhwal sekitar komunikan, khususnya mengenai kesulitan-kesulitan yang mengurangi keberhasilan komunikasi dan langkah-langkah yang harus diambil untuk mengatasi kesulitan itu. Kesulitan yang ada pada komunikan dapat berupa sikap komunikan terhadap penyiaran, kepentingan komunikan (sudah dilayani atau belum), struktur komunikan dalam konteks sosiobudaya (apakah komunikan ditinjau dari segi kelamin, usia, pendidikan dapat menangkap amanat dalam waktu yang sama dengan ketepatan yang sama meskipun lingkup kebudayaan dan lokasi geografis berbeda). Untuk mengetahui dengan tepat kesulitan yang ada pada komunikan perlu diadakan penelitian, seperti berikut ini.

- 1) Penelitian mengenai identitas kelompok komunikan ditinjau dari kebudayaan masing-masing.
- 2) Penelitian mengenai sikap dan harapan komunikan terhadap penyiaran amanat
- 3) Penelitian mengenai media massa yang disukai komunikan, alat komunikasi apa yang bagi komunikan memiliki daya persuasif maksimal.

Di negara-negara maju, seperti Eropa dan Amerika Serikat penelitian tentang masalah serupa itu relatif banyak diadakan, terutama oleh lembaga-lembaga pers dan badan-badan penyiaran. Hasil penelitian tersebut digunakan untuk memperbaiki kesalahan dan menyempurnakan pelayanan. Kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh di negara-negara maju tidak selalu dapat diterapkan di negara-negara yang sedang berkembang. Di negara-negara berkembang terdapat unsur-unsur komunikasi tradisional yang masih kuat dan tidak dapat diatasi dengan sistem komunikasi modern. Oleh karena itu masyarakat di negara yang sedang berkembang perlu mengadakan penelitian sendiri. Negara berkembang umumnya mempunyai tujuan khas, yakni tujuan pembangunan. Demi tercapainya tujuan itu segenap kegiatan masyarakat diarahkan ke tujuan tersebut, termasuk media komunikasi massa. Hal ini disadari sepenuhnya oleh kalangan intelegensia yang merupakan unsur penggerak dalam masyarakat. Bila efek komunikasi diharapkan dapat memberikan hasil optimal, hal pertama dan terutama perlu dilakukan adalah mengenai komunikan yang berarti mengenai publik atau massa karena pada hakikatnya seluruh publik (yang pada saat-saat tertentu mendengarkan amanat dari media massa) itulah yang harus diyakinkan, kemudian

digerakkan untuk menjabarkan isi amanat yang telah mereka yakini dalam aktivitas pembangunan yang konkret.

Ditinjau dari segi komunikasi, aktivitas pembangunan yang konkret masih jauh dari jangkauan, masih diperlukan jalan panjang untuk mencapainya, masih membutuhkan kegiatan penginsyafan yang merupakan tugas penting lembaga komunikasi (penerangan). Kegiatan penginsyafan ini disusul dengan suatu proses yang terjadi pada pihak komunikan, yaitu proses “amanat-pendapat-sikap-tindakan” komunikan menerima amanat, dan mengerti isi amanat yang dimaksud. Kemudian, komunikan membentuk pendapat berdasarkan isi amanat. Selanjutnya, komunikan menentukan sikap tertentu, setuju atau tidak setuju terhadap masalah yang diinformasikan. Jika sikap itu pro, misalnya terhadap salah satu aspek dari rencana pembangunan, dan komunikan yang bersangkutan memiliki keahlian dalam bidang itu, barulah komunikan akan mengambil keputusan untuk mengadakan kegiatan.

Komunikator juga perlu mengetahui **apakah komunikan yang berupa publik massa dapat menangkap isi amanat yang disampaikan dengan intensitas yang sama**. Oleh karena publik terdiri dari sejumlah besar kategori sosial yang sangat heterogen yang memungkinkan adanya perbedaan daya tangkap, komunikator harus mengenali publik sebaik-baiknya.

Agar pihak komunikator, misalnya pihak pemerintah maupun swasta agar dapat menyampaikan pesan yang tepat sasaran dengan kepastian yang wajar maka mereka **perlu mengetahui jenis kategori sosial yang ada dalam publik**. Misalnya, data kependudukan berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan di desa maupun di kota dan sebagainya. Bilamana tahap penggolongan telah selesai dengan hasil yang dapat dipercaya, pada berikutnya pihak komunikator perlu meramu dan mengolah isi amanat sedemikian rupa, agar amanat itu dapat disampaikan sesuai dengan selera golongan yang dituju, pada waktu yang cocok dengan kelompok kategori itu, dan bahasa yang dipakai (disenangi) oleh kategori pendengar. Hal penting yang perlu dipikirkan adalah bagaimana isi amanat dapat menyentuh unsur-unsur kejiwaan komunikan secara mendalam dan lengkap.

Kebijakan di atas sesungguhnya selaras dengan prinsip selektivitas dari pihak komunikan yang terdiri dari aneka jenis kategori sosial. Tiap-tiap kategori sosial memiliki selera tersendiri. Bahkan dapat dikatakan bahwa semua komunikan mengadakan kontrol atas kualitas dan kesesuaian materi (amanat) yang disampaikan oleh komunikator. Pengontrolan tersebut

merupakan hak mereka karena komunikan mempunyai kebebasan untuk menentukan pilihan. Secara eksplisit atau implisit mereka menyampaikan pilihan mereka kepada komunikator. Para komunikan tahu bahwa pihak komunikator mencari kontak dan tanggapan dari publik untuk mendengar apa yang diinginkan publik.

Di lain pihak terdapat rintangan yang menghalangi komunikan menerima amanat yang disiarkan. Rintangan ini menempa kategori sosial ekonomi lemah yang tidak mampu membeli alat komunikasi, seperti radio, televisi, media cetak, dan lain-lain. Sebagian kesulitan tersebut dapat diatasi dengan mendirikan alat-alat penerima komunikasi di tempat-tempat yang strategis. Bagi kelompok kategorial yang masih buta huruf. Oleh karena itu, tidak dapat menikmati media komunikasi cetak, berarti kesulitan itu tidak dapat segera diatasi. Wajib belajar bagi anak-anak usia sekolah, disertai usaha pemberantasan buta huruf dalam waktu relatif panjang diharapkan dapat menyingkirkan harapan-harapan tersebut. Meskipun usaha tersebut berhasil, tidak berarti bahwa semua kelompok kategorial sebagai penerima komunikasi dapat menerimanya dengan baik.

Sementara itu, di dalam masyarakat tetap didapati kelompok komunikan yang berdaya tangkap lemah akibat kurang pendidikan. Kelompok jenis ini dapat ditolong dengan cara komunikasi dua tahap. Komunikasi dua tahap mengandaikan suatu masyarakat yang terdiri atas dua struktur, yaitu struktur atas dan struktur bawah (gambaran dwistruktur ini hanya untuk memudahkan jalan pikiran). Struktur atas terdiri dari unsur pimpinan, sedangkan struktur bawah terdiri dari orang-orang yang dipimpin, dalam hal ini orang-orang yang kurang tanggap makna terhadap amanat komunikasi. Golongan struktur bawah ini masih mengikuti pola berpikir vertikal. Khususnya tentang informasi yang datang dari pusat mereka masih menyandarkan diri pada pendapat pimpinan, seperti camat, lurah, ketua lingkungan dan sebagainya. Maka, lembaga yang bermaksud menyampaikan pesan kepada struktur bawah harus melewati komunikasi dua tahap, yaitu lebih dahulu kepada unsur pimpinan, kemudian melalui unsur pimpinan kepada bawahannya. Walaupun isi amanat yang diterima golongan bawah telah diwarnai oleh tanggapan dari pribadi-pribadi pemimpin yang bersangkutan, pada akhirnya informasi dapat menjangkau sasaran yang dimaksud.

c. *Kesulitan pada media komunikasi*

Sesungguhnya, hal-hal yang bersangkutan dengan aspek teknis media komunikasi yang merupakan faktor penghambat komunikasi bukanlah bahasan dari sosiologi. Hal ini lebih merupakan kompetensi dari perusahaan komunikasi media massa. Masalah gangguan suara (noise) yang mengakibatkan distorsi dan kurang jelasnya amanat yang disampaikan adalah perusahaan komunikasi.

Sosiologi lebih melihat pada *pertama*, publik sebagai penerima pesan ingin dapat memiliki alat penerima yang baik, misalnya televisi berwarna, film tiga dimensi dan sebagainya. Namun di sisi lain, kenaikan mutu media komunikasi massa menambah kuantitas penghambat khususnya bagi golongan ekonomi lemah. *Kedua*, warga masyarakat maju dapat menikmati media komunikasi massa dengan kuantitas dan kualitas yang tinggi sehingga kecepatan dan ketepatan tidak merupakan hambatan lagi. Sebaliknya di dalam masyarakat yang sedang berkembang, di mana penghasilan penduduk per kapita masih rendah, kebahagiaan menikmati media komunikasi massa masih merupakan impian. Kurangnya stasiun pembantu pada tempat-tempat yang jauh dari pusat komunikasi dan lemahnya daya beli masyarakat terhadap barang-barang media komunikasi merupakan penghalang yang belum teratasi seluruhnya.

d. *Kesulitan pada unsur sosiobudaya*

Aspek kebudayaan dalam pembicaraan kita sekarang ini adalah keseluruhan pola kelakuan lahir dan batin yang memungkinkan hubungan sosial antar anggota suatu masyarakat. Sementara itu, yang hendak kita bahas adalah unsur-unsur sosiobudaya yang dapat dikatakan menghambat efektivitas komunikasi sosial. Sebelumnya, perlu kita lihat gambaran kebudayaan masyarakat industri madya. Kemudian, kita melihat kebudayaan masyarakat industri tinggi.

*Pertama*, kebudayaan pada masyarakat industri madya dinamakan **kebudayaan tradisional** (dalam arti wajar). Kalau kegiatan komunikasi massa sekarang ini kita tempatkan dalam masyarakat budaya tradisional maka dalam kehidupan komunikasi massa terdapat **serangkaian pola perilaku yang datang dari kekuasaan yang berwenang**. Khalayak menganggap mereka sebagai pihak mengurangi hak-hak publik penerima komunikasi, yang disampaikan melalui saluran pers, radio, televisi. Kalau diucapkan dalam istilah sehari-hari, pola-pola perilaku di atas berupa

pengendalian berita oleh penguasa, ketentuan-ketentuan hukum pers yang mengurangi kebebasan, sensor pers, pembredelan dengan pencabutan izin terbit atau izin cetak dalam penyiaran radio swasta, penyiar (komunikator) dikenai peraturan penjataan jenis gelombang yang boleh dipakai dan jenis berita yang boleh disiarkan.

**Dengan alasan demi tata-tertib dan keamanan, pihak penguasa juga menjalankan cara-cara lain untuk mengendalikan berita,** misalnya pencabutan surat izin masuk/izin tinggal bagi wartawan asing di mana ia bekerja. Atau jika wartawan asing itu dibiarkan tinggal, kebebasan geraknya dibatasi pada daerah tertentu saja, ia dikenai larangan untuk mengunjungi misalnya daerah pedalaman untuk melihat proyek-proyek pemerintah. Larangan tersebut dapat dirumuskan dengan formulasi lain yang efeknya sama, misalnya dengan ungkapan "tidak dijamin keamanannya". Dalam hal penyensoran berita penguasa setempat didapati beberapa cara, misalnya isi berita dan kata-kata yang dipakai untuk mengungkapkannya diperiksa lebih dahulu oleh petugas yang ditunjuk. Atau kalau berita sudah diedarkan melalui media cetak sebelum diadakan pemeriksaan, penguasa melakukan pengguntingan halaman yang bersangkutan atau menutup halaman-halaman itu dengan warna hitam. Dari beberapa contoh di atas dapat disimpulkan bahwa peraturan/tindakan pihak penguasa sering merupakan hambatan efektivitas komunikasi yang optimal (Hendropuspito, 1989, 297).

**Bahasa, merupakan salah satu unsur sosiobudaya yang dapat menghambat komunikasi.** Suatu berita (amanat) yang diterjemahkan dari bahasa asing ke dalam bahasa asli masyarakat yang berkepentingan. Ditinjau dari segi keutuhan isi berita haruslah diakui bahwa hasil penerjemahan ke dalam bahasa asli kerap kali mengurangi keutuhan isi amanat semula. Nuansa, suasana, nilai perasaan dari bahasa asal yang diungkapkan dengan kata-kata singkat yang dapat dirasakan oleh penerima yang mengerti bahasa asing sering tidak dialih bahasakan. Cara untuk mencegah terjadinya kekurangan ini pun sukar ditemukan karena penerjemah tidak selalu menguasai bahasa asing dan bahasa asli secara bersamaan dengan sempurna.

Unsur sosiobudaya lain yang dapat menghambat efektivitas komunikasi ialah pilihan media komunikasi yang tepat dalam hubungannya dengan pola (norma) sopan santun terhadap atasan atau atasan terhadap bawahan. Kesulitan ini muncul bilamana isi amanat yang hendak disampaikan itu berupa permohonan dari pihak bawahan ke pihak atasan. Pertanyaan yang

sering muncul adalah, apakah kita menyampaikan amanat dengan telepon, telegram atau menyampaikannya secara langsung dengan menghadap sendiri.

*Kedua*, kebudayaan masyarakat industri tinggi yang cenderung disebut **kebudayaan massa**. Yang menjadi pembahasan adalah sejauh mana kebudayaan massa menghambat komunikasi dan langkah-langkah mana yang harus diambil untuk menetralisasi atau minimal mengurangi pengaruh negatif itu. Denis McQuail, dalam bukunya yang berjudul *Towards Sociology of Mass Communications* di dalam usaha memecahkan persoalan tersebut terlebih dahulu menampilkan dua jenis kebudayaan yang bentuk dan rumusannya diketengahkan oleh Wilensky. Wilensky menamakan jenis kebudayaan yang pertama kebudayaan tinggi (*high culture*), dan jenis kedua kebudayaan massa (*mass culture*). Kebudayaan tinggi ditandai dengan adanya jenis produksi yang dihasilkan oleh kebudayaan elite dan yang mencerminkan kesenian, kesusastraan, dan ilmu pengetahuan. Jenis kebudayaan ini tidak mengikuti standard selera konsumen. Sebaliknya kebudayaan massa bercirikan produksi kultural yang semata-mata dibuat untuk pasaran massa. Standardisasi pembuatannya ditentukan oleh selera massa (*mass behavior*) (Hendropuspito, 1989: 298).

Kebudayaan massa didapati dalam masyarakat industri tinggi, misalnya di Amerika Serikat. Masyarakat yang demikian itu setiap demi setiap didominasi oleh kebudayaan massa dan pada saat tertentu akan tampil menjadi masyarakat massa atau *mass society*. **Dalam masyarakat budaya tinggi, orang masih dapat mengenal dengan jelas pola-pola tingkah laku yang harus diikuti. Sebaliknya dalam masyarakat budaya massa orang tidak mengenal lagi standar kultural tradisional.** Pola-pola kelakuan, baik yang bersifat moral maupun sopan santun menjadi kabur dan akhirnya lenyap dari kesadaran masyarakat yang sebagian besar terdiri dari kaum pekerja pabrik yang dari hari ke hari semakin maju dan semakin tinggi standar hidupnya mengatasi standar tradisional dan dalam hal konsumsi. Namun dalam hal lain, kelas pekerja di atas kehilangan nilai-nilai kultural yang oleh golongan elite dianggap bermutu manusiawi yang tinggi seperti berkurangnya pendidikan humaniora dan kejiwaan yang kritis maka para pengamat yang mempelajari kebudayaan massa berkesimpulan bahwa budaya massa ini lebih banyak menyebarkan pengaruh negatif daripada pengaruh positifnya.

Kebudayaan massa dari masyarakat massa tidak bisa tidak, akan menghasilkan sikap massa (*mass behavior*). Dalam usahanya untuk

menerangkan inti dari sikap massa itu Herbert Blumer menunjukkan dua ciri khas yang dominan, yaitu kegelisahan (*unrest*) dan ketidakrasionalan (*irrationality*). Sikap atau tingkah laku massa cenderung mengikuti kejiwaan gerombolan, bernada panik, mencari kesenangan yang berlebihan, membuat orang gila terhadap dansa-dansi, mengacau-balaukan, berbau propaganda gerakan sosial dan revolusi (Hendropuspito, 1989,299).

Di dalam industri madya dan industri tinggi perusahaan atau penyelenggara komunikasi sosial masih mempunyai pedoman yang kuat, berupa pola-pola kelakuan yang perlu ditaati. Di dalam masyarakat massa dengan kebudayaan massa serta penduduk yang terguncang oleh selera massa yang berubah-ubah, penyelenggara komunikasi sosial kehilangan pedoman stabil untuk mengikuti agar mendapat hasil yang baik. Maka kalau dipertanyakan, langkah apa yang harus diambil untuk menetralisasi, minimal mengurangi pengaruh buruk yang timbul dari kebudayaan massa, jawaban yang siap pakai dan mendasar masih perlu dicari melalui penelitian ilmiah. Masyarakat Indonesia saat ini belum dapat dikatakan masyarakat massa (*mass society*), tetapi di kota-kota besar, seperti Jakarta, Medan dan Surabaya, bahaya kebudayaan massa sudah mulai terasa.



## LATIHAN

---

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Cobalah Anda menceritakan suatu cerita kepada teman Anda. Lalu mintalah ia menceritakan kembali cerita Anda tadi!
- 2) Dari cerita Anda tadi, diskusikan kesulitan-kesulitan yang Anda dan teman Anda hadapi!

### *Petunjuk Jawaban Latihan*

- 1) Sampaikan pesan Anda pada teman Anda. Diskusikan dengan memahami penjelasan mengenai efektivitas atau kesulitan komunikasi.
- 2) Diskusikan kesulitan yang dia hadapi apakah mencakup amanat, komunikasi media dan unsur sosiobudaya. Bisa juga Anda coba dengan memakai cara isyarat atau lambang.



## RANGKUMAN

---

Komunikasi sosial ialah suatu proses interaksi di mana seseorang atau lembaga menyampaikan amanat kepada pihak lain supaya pihak lain dapat menangkap maksud yang dikehendaki penyampai.

Unsur-unsur dalam komunikasi sosial, yaitu komunikator (pihak yang memulai komunikasi), amanat (hal-hal yang disampaikan dapat berupa perintah, kabar, buah pikiran, dan sebagainya), media (daya upaya yang dipakai untuk menyampaikan amanat kepada penerima), komunikan (orang atau satuan orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi), dan tanggapan (respons) adalah tujuan yang diharapkan oleh komunikator).

Jenis-jenis komunikasi sosial adalah komunikasi langsung, komunikasi tidak langsung, komunikasi satu arah, komunikasi timbal-balik, komunikasi bebas, komunikasi fungsional, komunikasi individual, komunikasi massal, sedangkan fungsi komunikasi sosial adalah memberi informasi, memberi bimbingan, dan memberi hiburan

Komunikasi organik dapat juga disebut sebagai komunikasi fungsional. Harap jangan dilupakan bahwa kata-kata fungsional itu sumbernya bahwa elemen-elemen dalam masyarakat itu saling memberi kontribusi secara fungsional.

Efektivitas dan kesulitan komunikasi, antara lain mencakup masalah yang berhubungan dengan kriteria dan kesulitan komunikasi, sedangkan kesulitan komunikasi itu sendiri bisa karena kesulitan pada amanat, bahasa isyarat, bahasa lambang, dan dapat pula kesulitan itu terletak pada komunikan. Tentu saja bukan sekadar itu, kesulitan bisa juga terjadi pada media komunikasinya, kesulitan pada unsur sosial budayanya.



## TES FORMATIF 2

---

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Pengertian dari komunikasi individual adalah komunikasi di mana ....
  - A. tidak ada tanggapan langsung dari komunikan
  - B. tidak ada aturan yang mengikat
  - C. hanya ditujukan pada satu orang atau beberapa orang yang sudah dikenal
  - D. antara komunikator dan komunikan tidak berhadapan tapi melalui perantara



- 2) Pengertian dari komunikasi adalah ....
  - A. pihak yang memberi amanat
  - B. hal yang disampaikan bisa berupa perintah
  - C. daya upaya yang dipakai untuk menyampaikan amanat
  - D. satuan atau orang yang dijadikan sasaran komunikasi
- 3) Menurut Hendropuspito, komunikasi organik dapat juga disebut sebagai komunikasi ....
  - A. fungsional
  - B. sosial
  - C. tubuh manusia
  - D. timbal-balik
- 4) Apabila tidak bisa ditangkap dengan baik isi dan maksud yang dikehendaki dalam komunikasi maka kesulitan ini merupakan kesulitan pada aspek ....
  - A. unsur sosiobudaya
  - B. media
  - C. komunikan
  - D. amanat
- 5) Ukuran yang dipakai untuk menentukan keberhasilan komunikasi menurut Hendropuspito adalah ....
  - A. ketepatan waktu
  - B. komunikasinya
  - C. siapa komunikatornya
  - D. media apa yang dipakai

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 2 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 2.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali

80 - 89% = baik

70 - 79% = cukup

< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan modul selanjutnya. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 2, terutama bagian yang belum dikuasai.

## Kunci Jawaban Tes Formatif

### *Tes Formatif 1*

- 1) C. Willbur Schramm mengatakan bahwa komunikasi itu membagi informasi, agar si penerima dan si pengirim sepaham.  
Aranguren mengatakan bahwa komunikasi adalah pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan.  
Colin Cherry mengatakan bahwa komunikasi adalah kegiatan saling berbagi unsur-unsur perilaku atau modus kehidupan, melalui perangkat-perangkat aturan.
- 2) A. Menurut Wilbur Schramm jika kita mengadakan komunikasi maka kita mencoba membagi informasi.
- 3) C. bahasa adalah merupakan representasi dari pikiran dan perasaan manusia.
- 4) A. Tentu saja menjadi semakin jelas
- 5) B. umpan balik tertunda. Artinya, memang begitukan ?

### *Tes Formatif 2*

- 1) C. Jawaban A menunjuk pada konsep komunikasi satu arah.  
Jawaban B menunjuk pada komunikasi bebas.  
Jawaban D menunjuk pada komunikasi tidak langsung.
- 2) D. Jawaban A menunjuk pada pihak yang menilai komunikasi.  
Jawaban B menunjuk pada amanat.  
Jawaban C menunjuk pada media.
- 3) A. Lihat lagi penjelasan tentang komunikasi bebas dan komunikasi fungsional.
- 4) D. Jawaban A lebih terarah pada budaya yang melatar belakangi hubungan sosial.  
Jawaban B lebih mengarah pada sarana yang dipakai.  
Jawaban C lebih terarah pada pihak yang menerima amanat.
- 5) A. Lihat kembali penjelasan tentang efektivitas dan kesulitan pada topik kriteria.

## Glosarium

Amanat	:	hal-hal yang disampaikan, dapat berupa perintah, buah pikiran, kabar dan sebagainya.
Bahasa	:	simbol representasi dari pikiran dan perasaan manusia dalam berkomunikasi dengan sesamanya.
Komunikasi sosial	:	suatu proses interaksi, di mana seseorang atau lembaga menyampaikan amanat kepada pihak lain supaya pihak lain itu dapat menangkap maksud yang dikehendaki penyampai.
Komunikator	:	pihak yang memulai komunikasi
Komunikan	:	orang atau satuan orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi.
Komunikasi organik	:	komunikasi fungsional.
Komunikasi langsung	:	komunikator langsung berhubungan dengan komunikan.
Komunikasi satu arah	:	komunikasi hanya dari komunikator.
Komunikasi timbal balik	:	komunikasi baik dari komunikator maupun dari komunikan.
Komunikasi bebas	:	komunikasi dalam pergaulan sehari-hari.
Komunikasi individual	:	apabila antara komunikator dengan komunikan saling mengenal.
Komunikasi massal	:	komunikan tidak dikenal dengan baik oleh komunikator.
Komunikasi dalam perspektif Sosiologi	:	proses men- <i>transmit</i> /memindahkan kenyataan-kenyataan, keyakinan-keyakinan, sikap-sikap, reaksi-reaksi emosional. Jadi merupakan ungkapan-ungkapan perasaan yang pada umumnya dialami oleh umat manusia yang hidup di dalam masyarakat. lingkungan yang mengandung minimal tiga
Lingkungan komunikasi	:	dimensi, yaitu dimensi fisik, dimensi sosial-psikologis, dan dimensi temporal. Jadi,

Media	:	semuanya saling berinteraksi. daya upaya yang dipakai untuk menyampaikan amanat kepada penerima. suatu rangkaian aktivitas secara terus menerus dalam kurun waktu tertentu.
Proses komunikasi sekunder	:	komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan alat/sarana sebagai media kedua setelah bahasa.
Tanggapan (respons)	:	tujuan yang diharapkan oleh komunikator.
Umpan balik komunikasi secara sekunder	:	umpan balik yang tertunda ( <i>delayed feedback</i> ).

## Daftar Pustaka

- DeVito Joseph A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Kuliah Dasar Profesional Books.
- Effendy, Onong, Uchjana. (1989). *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Effendy, Onong, Uchjana. (1994). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktik*. Cetakan ke Delapan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ellwood, Charles A.. (1938). *A History of Social Philosophy*. New York, Prentice-Hall Inc.
- Hendropuspito. (1989). *Sosiologi Sistematis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kincaid D. Lawrence & Schram, Wilbur. (1977). *Asas-asas Komunikasi Antarmanusia*. LP3ES Bekerja Sama dengan East-West Communication Institute.
- Lauer, Robert H. (1989). *Perspektif tentang Perubahan Sosial*. Terjemahan Alimandan. Cetakan Pertama. Jakarta: Bina Aksara.
- Liliweri, Alo. (1991). *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: Citra Aditya Bakti Bandung.
- Liliweri, Alo. (1997). *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Liliweri, Alo. (1997). *Sosiologi Organisasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Moekijat. (1993). *Teori Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Nimmo, Dan. (1993). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung Remaja Rosdakarya.
- Roucek, Joseph. S and Warren, Roland .I. (1963). *Sociology: An Introduction*. Paterson, New Jersey: Littlefield, Adams & Co.
- Siahaan, S.M. (1991). *Komunikasi Pemahaman dan Penerapannya*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.